

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KESETIAAN MEREK PONSEL HT DI SURABAYA”**

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spirituil maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. Selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
4. Bapak Drs.Ec. Soewardjo,MM Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga peneliti bisa merampungkan tugas skripsinya

5. Para Dosen dan asistennya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
6. Kepada kedua orang tuaku beserta kakakku tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surabaya, juni 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAKSI	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.2.3.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.2.4. Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.5. Kesetiaan Merek	23
2.2.6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Merek.....	28
2.2.7. Kerangka Pikir.....	34
2.2.8.. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional Pengukuran Variabel	35
3.1.1.	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	37
3.2	Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.4.1	Teknik Analisis	40
3.5.	Asumsi Model SEM.....	41
3.5.1.	Uji Normalitas Sebaran dan Linieritas	41
3.5.2.	Evaluasi Atas Outlier	42
3.5.3.	Deteksi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	42
3.5.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.	Pengukuran Hipotesis dan Hubungan Kausalitas	44
3.7.	Evaluasi Model	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	46
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.2.2.	Karakteristik Responden	47
4.2.3.	Deskripsi Kepuasan Pelanggan	49
4.2.4.	Deskripsi Kesetiaan Merek	51
4.3.	Analisis dan Pengujian Hipotesis	51
4.3.1.	Uji Outlier	51
4.3.2.	Uji Reliabilitas	53
4.3.3.	Uji Validitas	54
4.3.4	Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance</i> <i>Extracted</i>	55
4.3.5.	Uji Normalitas.....	56

4.4. <i>Structural Equation Modelling</i>	57
4.4.1. Evaluasi Model <i>One Step Approach to SEM</i>	57
4.4.2. Uji Hipotesis Kausalitas.....	60
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peringkat Ponsel Terbaik Pada Tahun 2008 & 2009	3
Tabel 3.1.	Goodnes of Fit	45
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Attributes related to the product (X₁)</i>	49
Tabel 4.6.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Attributes related to the purchase (X₂)</i>	50
Tabel 4.7.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kesetiaan Merek	51
Tabel 4.8.	Uji Outlier	52
Tabel 4.9.	Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.10.	Uji Validitas	54
Tabel 4.11.	<i>Construct Reliability VarianceExtracted</i>	55
Tabel 4.12.	Uji Normalitas	56
Tabel 4.13.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices</i>	58
Tabel 4.14.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices, Modification</i>	59
Tabel 4.15.	Pengujian Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2.	<i>Relationship between Satisfaction and Loyalty</i>	31
Gambar 2.3.	Model Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	31
Gambar 3.1.	Contoh Model Pengukuran Variabel Kesetiaan Merek	41
Gambar 4.1.	Model Pengukuran & struktural <i>Customer Satisfication & Brand Loyalty Model Specification</i> : <i>One Step Approach-Base Model</i>	58
Gambar 4.2.	Model Pengukuran & struktural <i>Customer Satisfication & Brand Loyalty Model Specification</i> : <i>One Step Approach Modification</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Outlier

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Structural Equation Modelling

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KESETIAAN MEREK PONSEL HT DI SURABAYA

Oleh :

Febianto Wibowo

Abstraksi

Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, para produsen ponsel, dituntut untuk lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, Karena pada dasarnya konsumen akan membeli suatu produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik, tetapi manfaat dari produk tersebut. Hal ini bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilaksanakan karena kebutuhan akan selera konsumen bersifat kompleks dan dinamis. Ini berarti perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang diinginkan konsumen dengan jalan menganalisa perilaku dan selera konsumen, yang pada akhirnya perusahaan diharapkan dapat menetapkan efisiensi dan efektifitas strategi pemasaran demi pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu dengan memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen dengan biaya yang seminimal mungkin. Fenomena dalam penelitian ini yakni persaingan yang terjadi antara merek – merek ponsel untuk merebut pangsa pasar, disini ponsel HT hanya mampu menduduki peringkat kedua, apakah didalamnya terdapat kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kesetiaan merek pada ponsel HT itu sendiri. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang hal itu merupakan suatu hal yang teramat penting bagi para pelaku pasar, Karena konsumen yang beralih pada produk atau merek lain merupakan kerugian bagi perusahaan dimasa mendatang. Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin membuat penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Merek Ponsel HT di Surabaya”**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli ponsel HT di Surabaya. Sampel yang diambil adalah sebesar 110 responden. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu data yang berdasarkan kuisioner hasil jawaban responden. Sedangkan analisis yang dipergunakan adalah *Structural Equation Modelling*.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Faktor kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Faktor kesetiaan merek ponsel HT, tidak dapat diterima.

Keyword : Customer Satisfaction, Brand Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan semakin banyaknya merek – merek ponsel yang ditawarkan dipasaran menyebabkan semakin banyak pula jenis ponsel yang beredar dipasaran. Hal ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Akibatnya persaingan antar perusahaan semakin ketat, karena setiap perusahaan mempertahankan pangsa pasar dan mengembangkan usahanya.

Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, para produsen ponsel, dituntut untuk lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, Karena pada dasarnya konsumen akan membeli suatu produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik, tetapi manfaat dari produk tersebut. Hal ini bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilaksanakan karena kebutuhan akan selera konsumen bersifat kompleks dan dinamis. Ini berarti perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang diinginkan konsumen dengan jalan menganalisa perilaku dan selera konsumen, yang pada akhirnya perusahaan diharapkan dapat menetapkan efisiensi dan efektifitas strategi pemasaran demi pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu dengan memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen dengan biaya yang seminimal mungkin.

Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu yang singkat melainkan melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dan pembeli yang konsisten sepanjang waktu. Bila apa yang didapat sudah sesuai harapan, maka proses pembelian ini akan terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul adanya kesetiaan konsumen. Bila dari pengalamannya konsumen tidak mendapatkan merek yang memuaskan, maka ia tidak akan berhenti untuk mencoba merek – merek yang lain sampai ia mendapatkan produk yang dapat memenuhi kriteria mereka.

Kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan adalah harus dapat memahami kondisi pesaing, para pesaing tentu tidak akan tinggal diam dalam menghadapi pemain baru dalam bidang yang sama. Sementara itu pemain yang berposisi sebagai pemimpin pasar tentunya berusaha mempertahankan posisinya bagaimanapun caranya.

Kepuasan yang didapat konsumen (*customer satisfaction*) meliputi penentuan keseluruhan mengenai produk dan jasa yang mampu menciptakan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Untuk itu sangatlah penting bagi suatu perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggannya, karena pelanggan yang puas akan menceritakan kepuasannya kepada konsumen yang lain dan juga akan melakukan pembelian ulang. Dengan demikian akan menciptakan kesetiaan konsumen terhadap suatu merek atau jasa, dan juga memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Bila konsumen mengalami kepuasan terhadap ponsel HT, itu dikarenakan ponsel ini mempunyai kelebihan yang

tidak dimiliki merek lain, diantaranya harga ponsel ini relatif lebih murah dari vendor yang lain namun fitur yang didapat cukup menarik, diantaranya ponsel ini didukung dengan fitur TV tuner.

Perusahaan harus mampu bersaing, salah satunya dengan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Menurut Kotler (2002 : 9) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Kadang – kadang kita memakai istilah lain untuk produk, seperti penawaran (*offering*) dan pemecahan (*solution*). Produk atau penawaran dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis : barang fisik, jasa, dan gagasan.

HT Mobile merupakan produk yang sangat inovatif. Konsep promosinya yang berani dan cerdas dalam melakukan berbagai terobosan bisa menjadi ancaman yang sangat nyata bagi para pemain di industri ponsel. Berikut data peringkat ponsel china terbaik menurut TBI dalam 2 tahun terakhir :

Tabel 1.1. : Peringkat Ponsel China terbaik pada tahun 2008 & 2009.

No	Merek Ponsel	Pers (%) 2008	Pers (%) 2009
1	Nexian	59,3	61,5
2	HT	21,6	19,2
3	Huawei	4,3	4,7
4	K-touch	3,3	3,4
5	Beyond	2,4	2,6

Sumber : TBI (Top Brand Index)

Berdasarkan pada tabel 1.1. Diketahui bahwa peringkat ponsel HT dalam 2 tahun terakhir berada di posisi kedua dibawah peringkat ponsel nexian dan mengalami penurunan.

Fenomena dalam penelitian ini yakni persaingan yang terjadi antara merek – merek ponsel untuk merebut pangsa pasar, disini ponsel HT hanya mampu menduduki peringkat kedua, serta mengalami penurunan persentase dalam TBI, apakah didalamnya terdapat kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kesetiaan merek pada Ponsel HT itu sendiri.

Dan faktor – faktor/variabel dari kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: “**(X1) Attributes related to the product**, meliputi : *Value-price relationship; Product quality ; Product benefit ; Product design ; Range of product or service.* **(X2) Attributes related to purchase**, meliputi : *Courtesy ; Communication ; Ease or convenience acquisition.*” Sedangkan kesetiaan Merek dapat diukur oleh beberapa indikator, yaitu : **(Y1)** Pembelian ulang sepanjang waktu, **(Y2)** Menginformasikan pada orang lain sepanjang waktu.

Keberhasilan suatu perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan tentu tidak lepas dari pemasaran yang tepat. Pemasaran pada dasarnya mencari suatu tanggapan perilaku dari pihak lain dan tentunya suatu perusahaan menginginkan tanggapan berupa pembelian. Pembelian merupakan suatu proses dimana didalamnya terdapat serangkaian tindakan yang terlibat secara langsung, yang disebut perilaku konsumen sehingga pada akhirnya serangkaian tindakan ini akan menghasilkan suatu pilihan. Pembeli akan merasa puas setelah pembelian bergantung pada kinerja penawaran sehubungan dengan harapan pembeli.

Untuk mendapatkan pengetahuan tentang hal itu merupakan suatu hal yang teramat penting bagi para pelaku pasar, karena konsumen yang beralih pada produk atau merek lain merupakan kerugian bagi perusahaan dimasa mendatang. Hal tersebut dapat menjadi lebih buruk lagi apabila harus diperhitungkan pula biaya untuk mendapatkan konsumen baru, biaya untuk mempertahankan konsumen baru tersebut dan sebagainya. Ini semua mengingat semakin ketatnya persaingan, sehingga menuntut kejelian para pemasar untuk mewaspadai segala sesuatu serta mengantisipasinya, dengan demikian eksistensinya bisa tetap dipertahankan dalam jangka panjang dan perusahaan akan mendapatkan keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin membuat penelitian tentang ***“Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Merek Ponsel HT di Surabaya”***.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan merek pada ponsel HT ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan merek pada ponsel HT.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti berguna untuk memahami dan mengembangkan ilmu pengetahuan berdasarkan teori – teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai informasi pada manajemen perusahaan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk dari perusahaan.
3. Bagi UPN “VETERAN” dapat menambah perbendaharaan perpustakaan dan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang mengalami penelitian dengan judul yang sama di masa yang akan datang.